



## Brice Errera (Galia) : « créer de la valeur à partir d'immeubles inexploitable »

A la tête de Galia, Brice Errera a fait de la personnalisation de chaque projet une priorité. Une volonté de création de valeur inhérente à la culture de cette entreprise flexible, dont la capacité d'adaptation en fonction des projets qu'elle mène n'est plus à démontrer.

Pourriez-vous nous présenter l'entreprise Galia ?

Galia est une société fondée par ma mère. C'est en Martinique, où elle s'était installée avec mon père, qu'elle a démarré une activité de promoteur immobilier, après avoir exercé divers métiers. Dans les années 1980-1990, le Crédit Foncier de France souhaitait construire des maisons destinées aux primo-accédants aux Antilles, avec un prix déterminé à l'avance et l'obtention d'un crédit facilitée pour les ménages. Ma mère a commencé la promotion justement pour le compte du Crédit Foncier de France, en construisant 900 logements en Martinique avec une volonté : rendre accessible le logement au plus grand nombre.

Nous sommes ensuite rentrés à Paris et ma mère a démarré une activité de restructuration d'immeubles anciens, insalubres ou obsolètes. L'objectif était de créer de la valeur à partir de bâtiments inexploitable en l'état. Notre postulat est que chaque immeuble possède une histoire et une identité uniques qu'il convient de respecter. Un parking en superstructure inutilisé peut ainsi faire l'affaire, notamment pour le transformer en hôtel ou en bureaux, et même en actif mixte mêlant, par exemple, tertiaire et logement. Cela dépend du type d'immeuble, de sa situation géographique, de la volonté de la mairie et des projets en cours. Nous optons toujours pour un programme sur-mesure. Nous travaillons beaucoup avec les services de la Mairie de Paris, de même qu'avec ceux des mairies d'arrondissements, afin de déterminer la façon dont nous allons transformer tel ou tel immeuble.

Combien d'actifs Galia possède-t-il actuellement ?

Nous avons une trentaine de projets en cours, qui vont de la boutique à des immeubles de 15 000 m<sup>2</sup>. Nous possédons également 580 millions d'euros d'actifs post-développement (déjà livrés, en cours de travaux, permis de construire demandé...). Pour ce qui est des très gros projets, en excluant donc les boutiques, nous devons en avoir une bonne vingtaine, répartis entre Paris et sa banlieue. Concernant nos projets emblématiques, je citerais ceux réalisés avec le Samu social, pour lequel nous avons déjà livré deux résidences l'année dernière ; nous sommes en passe d'en bâtir une troisième. Pour le Samu social, nous nous sommes attelés à déceler les besoins des personnes en situation de précarité et logés par l'association ; nous bâtissons de vrais appartements et non des chambres d'hôtels, limitées en terme d'usages pour les résidents.

Nous avons également plusieurs hôtels en cours de développement, dont un cinq étoiles situé dans le 11<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, disposant de plus de 50 chambres, d'un restaurant, d'une piscine, d'une petite maison particulière ceinte d'un jardin... L'un des plus importants de nos hôtels se situe rue Legendre (Paris 17<sup>ème</sup>), également cinq étoiles et qui possède deux restaurants, dont l'un en rooftop. L'hôtel cohabite avec 5 000 m<sup>2</sup> de bureaux et une salle de sport de 2 000 m<sup>2</sup>. Nous réalisons aussi une auberge de jeunesse dans le 19<sup>ème</sup>, ainsi que deux hôtels avec le groupe Accor, l'un à Pantin et l'autre à Clichy.

Votre objectif est-il de conserver les actifs sous gestion le plus longtemps possible ou de les revendre dès qu'une offre intéressante se présente ?



Nous aurons toujours une vision à long terme. Ma famille, qui travaille depuis longtemps dans l'immobilier, a acquis un certain nombre de réflexes propres à ce secteur ; parmi ceux-là, il y a le fait d'acheter pas cher et de créer un maximum de valeur sur les biens acquis, afin de pouvoir les conserver en patrimoine en cas de crise immobilière. Lorsque nous revendons les immeubles, c'est que nous y sommes contraints (rentabilité trop faible, volonté de reconstituer des fonds propres pour mener de nouveaux projets...).

Vos projets sont esthétiquement peaufinés, avec un sens du détail très développé. Considérez-vous que le métier de promoteur ne puisse aujourd'hui plus faire l'impasse sur des projets fortement personnalisés et créateurs de valeur ?

Nous pensons que chaque projet doit être réalisé sur-mesure, en faisant le moins de promotion neuve possible et en se servant au maximum des éléments déjà présents (une rampe de parking, des locaux...). Après, pour répondre à la question, tout dépend de la stratégie du groupe : si elle consiste à faire de l'achat-revente, la démarche ne sera clairement pas la même que la nôtre. Nous pouvons conserver des projets plus d'une dizaine d'années dans notre portefeuille, de l'acquisition à la revente en passant par leur développement. Nous ne sommes pas intéressés par faire des « coups », de grosses opérations en « one shot » sans lendemains. Nous privilégions des opérations au long cours, à forte valeur ajoutée et tissons des liens pérennes avec des partenaires, à l'image de la Mairie de Paris.

Je tiens à préciser que nous mettons un point d'honneur à avoir le moins possible recours aux crédits. Nous privilégions le recours à des fonds propres, ce qui peut nous inciter à vendre pour reconstituer une trésorerie à même de financer de nouveaux projets. Les banques sont aussi plus exigeantes sur l'apport de fonds propres depuis la crise du Covid-19 : si elles ne réclamaient que 20 % d'apports personnels auparavant, elles peuvent exiger jusqu'à 30 ou 40 % aujourd'hui.

Pour ce qui est de nos projets, nous souhaiterions orienter une partie de notre stratégie autour des maisons de retraite, en nous posant préalablement la question de savoir ce que veulent aujourd'hui les seniors.

En relation avec l'article :

